

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat *Future Creative Network & FTW agency*

Jaringan kreatif dengan nama *Future Creative Network* pada awalnya didirikan pada 2016 dengan nama Flock yang pada dasarnya merupakan perusahaan agensi kreatif yang berfokus pada penyediaan layanan iklan dengan spesialisasi *Above The Line (ATL)* atau aktivitas marketing yang menjadikan khalayak atau kalangan umum sebagai targetnya.



Gambar 2.1 Logo FCN

Sumber: Future Creative Network (2023)

Seiring berjalannya waktu, alih-alih membuat sub divisi baru, Flock justru membentuk unit bisnis lain yang dinamakan Maleo, sebagai agensi digital yang berfokus untuk menyediakan layanan iklan di ranah digital. Langkah ini diambil sebagai aksi untuk menjawab peningkatan kebutuhan pengiklan untuk beriklan di ranah digital. Selain itu, langkah untuk membentuk unit bisnis baru dengan nama perusahaan berbeda juga dipandang sebagai sebuah langkah bisnis strategis yang bisa membuat kedua perusahaan tersebut melayani lebih banyak klien, atau bahkan berbagai merek besar di kategori yang sama, sehingga secara hukum, masing-masing perusahaan memiliki hak legal untuk dapat memegang klien berbeda di kategori bisnis yang sama.

Terbentuknya Maleo kemudian mendorong kemunculan beberapa perusahaan lainnya dengan nama dan lini bisnis yang berbeda seperti, Finch, HudHud, Ou, Think of View, FTW, dan lainnya. Banyaknya perusahaan yang

terbentuk kemudian membuat koneksi atau jaringan kreatif yang berawal dari Flock semakin luas. Hal ini kemudian mendorong terbentuknya nama *Flock Creative Network* sebagai induk dari beberapa perusahaan di dalam jaringan kreatif yang terbentuk. Seiring berjalannya waktu, pada 2021 akhirnya *Flock Creative Network* resmi berubah nama menjadi *Future Creative Network*. Kata “Future” kemudian diambil untuk menggantikan “Flock” karena dinilai menggambarkan satu visi dari berbagai perusahaan di bawah jaringan kreatif yang ada, yaitu bergerak menuju masa depan atau ‘future’. *Founding fathers* dari FCN beranggotakan, Ivan Hadywibowo sebagai *CEO*, Erwin Santoso dan Leonard Wiguna sebagai *Chief Creative Officer*, Reza Fitriano sebagai *Chief Business Officer*, Jeffrey Nijstad sebagai *Chief Strategy Officer*. *C level* yang mayoritas berisikan pendiri awal FCN tersebut juga dibantu oleh beberapa profesional lainnya, yaitu Benz Budiman sebagai *Venture Partner & Corporate*, Melan Rena sebagai *Chief Investment Officer*, Nana Uli Kurnia sebagai *Corporate Talent Director*, dan Anne Ridwan sebagai *Chief Operating Officer*.

Berbagai unit bisnis yang disatukan di bawah jaringan kreatif FCN terkadang membuat mereka menjadi lebih kompetitif karena dapat menjadi kompetitor satu sama lain ketika hendak menjual ide kampanye iklan kepada klien. Namun, keuntungan lain dari terhubung di dalam satu jaringan kreatif yang besar juga membuat banyak unit perusahaan di bawah FCN dapat bekerjasama untuk saling memenuhi kebutuhan klien dengan spesialisasi masing-masing sehingga dengan begitu mereka juga dapat saling membantu untuk membuka peluang dan pertumbuhan bisnis satu sama lain. Untuk semakin meluaskan jaringan kreatifnya, FCN tidak hanya aktif dalam membentuk unit bisnis baru tetapi juga mengakuisisi perusahaan-perusahaan berpotensi yang bergerak di bidang kreatif. Pertumbuhan jaringan atau ekosistem kreatif yang pesat ini kemudian membawa mereka menerima pengakuan dari *adweek* sebagai *fastest growing creative network in the world* dengan pertumbuhan 2.975% dengan total lebih dari 100 penghargaan bergengsi.

Berikut adalah daftar nama perusahaan di bawah naungan PT Langit kreatif Indonesia (*Future Creative Network*).



Gambar 2.2 Jaringan Perusahaan FCN

Sumber: Instagram @fcn.id (2023)

Beberapa perusahaan di atas kemudian dikelompokkan ke dalam 5 kategori berdasarkan lini bisnis yang mereka miliki. Kategori yang dimaksud meliputi FCN Creative, FCN Digital, FCN Community, FCN Experience, dan FCN Innovation. FTW, sebagai tempat praktik kerja magang, merupakan bagian dari FCN Creative atau kategori dari unit bisnis FCN yang menyediakan layanan Humas, Periklanan Merek, Strategi Komunikasi, serta Aktivasi dengan pendekatan utama secara kreatif dengan hasil yang berfokus pada pemasaran *Above The Line (ATL)*.



Gambar 2.3 Kategori Bisnis FCN

Sumber: Data Olahan Perusahaan (2024)

FTW pada dasarnya dibentuk oleh Erwin Santoso, dan pada operasinya dibantu oleh Sherly Basri sebagai *Business Director* dan Adwityo Prabhasworo sebagai *Executive Creative Director*. Dalam mengartikulasikan layanannya, FTW memberikan penawaran beriklan dengan spesialisasi kreatif dan teknologi yang dibuktikan melalui pengemasan iklan dan animasi yang mengedepankan penggunaan teknologi sehingga membuat iklan lebih bernilai. Salah satu hasil kerja FTW yang menunjukkan kebolehannya sebagai agensi kreatif adalah iklan Sasa Bon Tabur yang dipublikasikan pada tahun 2021.



Gambar 2.4 Iklan Sasa Bon Tabur

Sumber: Youtube Sasa (2021)

Seiring berjalannya waktu FTW melihat kebutuhan klien untuk beriklan secara lebih menyeluruh termasuk di media sosial atau ranah digital, dengan demikian maka seiring berjalannya waktu FTW mulai memberikan layanan beriklan secara *360 degree marketing* atau yang dimengerti sebagai sebuah strategi pemasaran yang menggunakan strategi penyebaran satu pesan lewat berbagai jalur atau media berbeda.

### 2.1.1 Visi Misi

Mengingat FTW merupakan bagian dari ekosistem *Future Creative Network* maka agensi kreatif tersebut juga pada kenyataannya memiliki visi dan misi yang sejalan dengan induk perusahaannya. Berikut adalah visi misi dari FCN yang sekaligus dapat menjelaskan visi misi dari FTW

## Visi

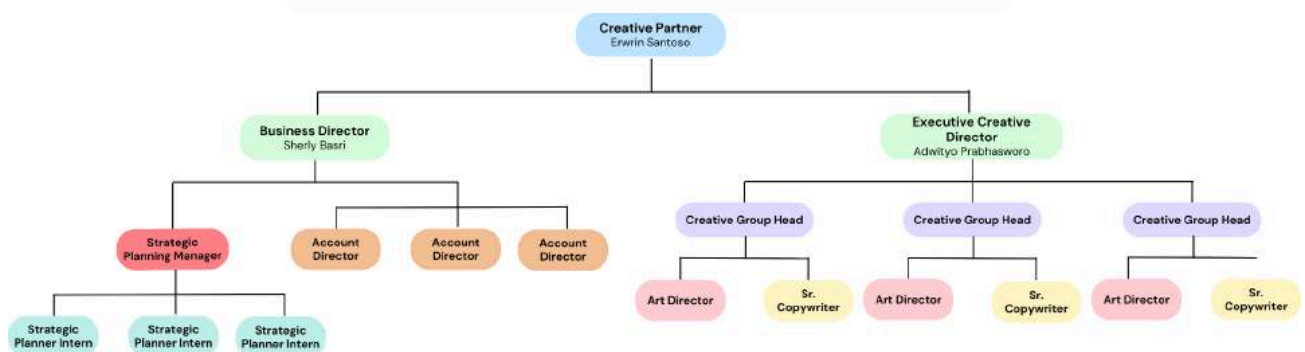
*To transform business, brand, and consumer experience through technology and creativity.*

## Misi

*To become the nation's largest creative platform and incubator where creative professionals or companies can collaborate and excel.*

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan bisnisnya, Flock Tomorrow (FTW) memiliki pembagian tanggung jawab yang jelas sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih efisien. Struktur FTW dapat digambarkan melalui bagan di bawah ini.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi FTW

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Melalui bagan di atas, dapat terlihat bagaimana FTW beroperasi sehari-harinya untuk memenuhi kebutuhan klien. Secara singkat, *Strategic Planner Manager* yang dibantu oleh *Strategic Planner Intern*, seorang *Account Director*, dan seorang *Creative Group Head* yang didampingi oleh masing-masing satu *Art Director* dan *Copywriter*, selalu akan bekerjasama untuk menghasilkan suatu karya iklan sesuai dengan permintaan atau *brief* dari klien. Di bawah naungan *Strategic Planner Manager*, seorang *Strategic Planner Intern* memiliki tanggung jawab utama untuk membuat analisis persaingan bisnis antar klien dan kompetitor yang terperinci, melakukan riset, menganalisis dan mengartikulasikan

data yang diperoleh, dan menentukan strategi bisnis yang tepat bagi klien berdasarkan informasi yang didapatkan untuk digunakan juga sebagai arahan bagi tim *creative*, yang merujuk pada *Creative Group Head*, *Art Director*, dan *Copywriter*, dalam merancang pengemasan iklan yang sesuai dan menarik. Selama proses bertukar pikiran untuk merancang iklan yang kreatif, *Strategic Planner Manager* dengan dibantu oleh *Strategic Planner Intern*, juga bertugas untuk memastikan bahwa pengemasan dan penyampaian iklan tetap searah dengan arahan yang sudah diberikan dan dinyatakan valid melalui riset dan observasi mendalam sehingga dinilai menjadi pilihan paling efektif.

